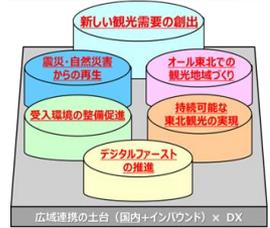


ビジョン（目指す姿）：
世界が訪れたい「東北（TOHOKU）」、
住みたい「東北（TOHOKU）」

第5期中期計画「6つの基本戦略」



2024年度のテーマ

『世界から選ばれる持続可能な観光地「TOHOKU」をめざして』

1. オール東北での広域連携効果が実感できる効果的な訪日プロモーションの展開
2. 東北観光DMPの更なる高度化と成果の可視化
3. 地域観光の高付加価値化と東北における旅行消費額の拡大

	2023年実績		2019年実績 (2025年目標)		2019年比	
	7県	6県	7県	6県		
日本人延べ宿泊者数	3,777万人泊	3,052万人泊	4,087万人泊	3,300万人泊	92.4%	92.5%
外国人延べ宿泊者数	170万人泊	142万人泊	206万人泊	168万人泊	82.4%	84.6%

「戦略的な訪日プロモーション」

- 東北各県等との連携強化による事業規模拡大と広域プロモーション効果の最大化
- 市場特性に合わせたJNTO・鉄道会社・航空会社等との連携強化および戦略的事業の推進
- 東北・新潟発台湾応援キャンペーン

「高付加価値・商流化の推進」

- 高付加価値コンテンツの旅行商品化
- Base!TOHOKUおよびドライブ周遊ルートによる東北広域周遊促進
- 大阪・関西万博訪日客受け入れ態勢整備

「観光DXの推進」

- 東北観光DMPへの有償データ格納時期短縮化とTOHOKU Fan Club、WEBサイト・SNS等による情報発信強化
- 自治体や域内DMOへの利用促進

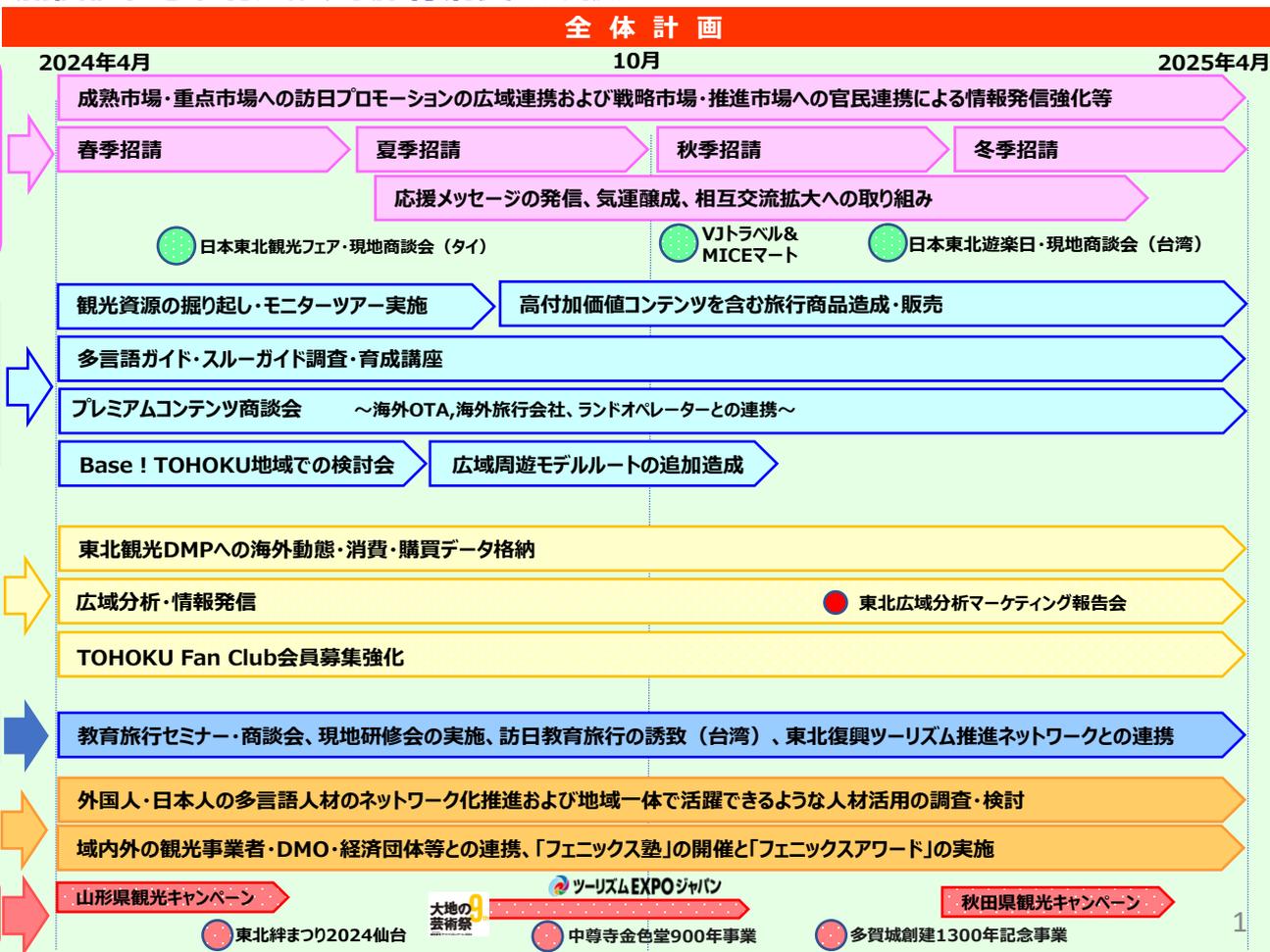
「教育旅行」

- 「東北まなび旅」ブランド化の推進

「観光人材育成・観光ガイド等のネットワーク化 持続可能な観光地域づくり」

「観光トピックス」

- 国や観光業界の施策との連動



6つの基本戦略

新しい観光需要の創出

オール東北での観光地域づくり

持続可能な東北観光の実現

デジタルファーストの推進

受入環境の整備促進

震災・自然災害からの再生

戦略的な訪日プロモーション

- 訪日プロモーションの広域連携 (☆成熟市場 ◎重点市場 ★戦略市場 ◇推進市場)

市場	事業の目的	事業内容
台湾☆	・大規模イベントの開催による知名度・プレゼンス向上 ・旅行商品等の造成促進・販売強化	・「日本東北遊楽日」、セミナー・商談会の開催 ・ドライブルートの発信や高付加価値コンテンツの訴求 ・台湾教育旅行誘致の推進
タイ◎	・大規模イベントの開催による知名度・プレゼンス向上 ・イベント実施・出展や招聘事業による商品販売強化	・「日本東北観光フェア」、セミナー・商談会の開催 ・旅行会社、インフルエンサー招聘 ・旅行博出展
中国◎	・個人旅行者層向け情報発信による旅行者数の増加 ・スノーフエスティビティを目的としたプロモーション	・旅行会社招聘 ・旅行博出展、BtoBセミナー等の実施 ・インフルエンサーを活用したSNS等での情報発信
韓国◎	・アウトドア+高単価コンテンツを活かした誘客促進	・旅行会社招聘 ・WEBメディアへの記事掲載
欧米豪★	・外部連携拡大による情報発信強化 ・戦略的なプロモーション実施による知名度向上 ・大阪・関西万博開催を見据えた東北への流動	・旅行博出展 ・インフルエンサー招聘 ・セミナー・商談会への参加 ・AT (アドベンチャーツーリズム) の情報発信
マレーシア◇	・伸びしろのある市場における知名度向上 ・一般消費者向け情報発信強化 ・東北旅行商品の増加	・OTA連携による東北の記事掲載 ・旅行博出展 ・旅行会社招聘
インドネシア◇	・伸びしろのある市場における知名度向上 ・一般消費者向け情報発信強化	・OTA連携による東北の記事掲載 ・旅行博出展
東南アジア◇ (ベトナム・シンガポール等)	・一般消費者向け情報発信強化	・東観推サポデスクと連携した情報発信
香港◇	・桜・紅葉などシーズンリティを活かした情報発信 ・高付加価値コンテンツをフックとした誘客促進	・インフルエンサー招聘 ・観光と日本食・工芸品のPRイベントの開催

高付加価値化・DX・持続可能な観光地域づくり

高付加価値のコンテンツ造成

- 多言語対応可能な高付加価値コンテンツ造成と広域周遊につながるモデルコースによる訪日旅行市場への展開と商流の拡大
- 欧米豪富裕層向けコンテンツの造成と商流の拡大

東北の新しい旅行スタイルの創出

- 訪日旅行市場への展開 (旅行会社・ランドオペレーター・OTA)
- 旅行会社との連携強化による流通拡大とブランド浸透
- 体験型コンテンツの集積・拡充と広域周遊ドライブルートの周知
- 地域との更なる連携強化による事業展開



広域マーケティングプラットフォームの活用

- 有償データのDMP格納期間短縮による可視化・分析のレスポンス向上
- 海外からの域内訪問者の情報収集と分析による戦略策定・展開
- 域内DMOや基礎自治体等への利用拡大と戦略策定等への活用



ロイヤルカスタマーの獲得と情報発信プラットフォームの拡充・分析

- 海外会員の拡大と域内事業者の利用促進
- HP・SNS等による情報発信プロモーションの一元化促進
- TOHOKU Fan ClubにおけるCRMを活用した情報発信と東北観光DMPと連動した分析結果に基づいたロイヤルカスタマー拡大



持続可能な観光地域づくり

- 域内外の観光事業者・DMO・経済団体等との連携強化
- 「フェニックス塾」の開催と「フェニックスアワード」の実施
- 東北管内のDMO、観光案内所、地域の観光ガイド等で活躍している多言語人材の外国人・日本人の方々等、地域一体で活躍できる人材活用の調査・検討
- 会員メリットのさらなる向上

教育旅行

- 教育旅行セミナー・商談会の開催と現地研修会の実施
- 「農山漁村体験」「スキー修旅」等の情報拡充
- 訪日教育旅行の誘致 (再掲) ● 東北復興ツーリズム推進ネットワークとの連携

